

Eine Einführung in das Marketing und Branding

Eine kleine und praktische Einführung in das Marketing und Branding für Fotografen.

Als erstes:

Was willst du wirklich mit der Fotografie erreichen?

Du solltest alle Fragen mit bedingungslos mit „Ja“ beantworten können:

- Du möchtest mit deiner Leidenschaft (der Fotografie) deinen Lebensunterhalt verdienen?
- Du möchtest etwas für deine Fotografien erhalten?
- Deine Fotografien, deine Fotografie, deine Persönlichkeit, bringen anderen einen Nutzen?
- Kannst du sie beeindrucken und ihnen etwas über die Fotografie beibringen?
- Du kannst dir vorstellen ortsunabhängig zu arbeiten und dir als „digitaler Nomade“ eine finanzielle Unabhängigkeit vorstellen?
- Du kannst zu einem fotografischen Arbeitstier werden, damit deine Arbeiten auch eine Bedeutung behalten, welche über 2 Sek. hinausgeht?

Falls du auch nur bei einer dieser Fragen mit deinem „Ja“ zögerst, solltest du dir einen anderen Beruf als Tätigkeit aussuchen.

Was ist Marketing und Branding?

Marketing und Branding sind nicht dasselbe!

Marketing benötigst du, um dein Produkt „die Fotografie“ zu vermarkten.

Dies bedeutet:

- Das du in der Lage bist, dass du dich bemerkbar von anderen Fotografen unterscheidest.

Du benötigst diesen definierten Unterschied, für dein Branding, deine Marke, deinen Wiedererkennungswert.

Das Ziel:

Menschen mit Fotografien erreichen.

Hierzu einige Fragen:

Bist du tatsächlich in der Lage, deine Mitmenschen den nötigen Unterschied zu vermitteln? Was machst du tatsächlich? Ist es für dich ein Problem, bei steigender Bekanntheit auch unbeliebter zu werden?

Marketing:

Marketing bedeutet, dass du draußen auf dem Markt eine MARKE bist und darstellst. Hier fungierst du als Anbieter, du bzw. deine Marke und preist, deine Produkte und Leistungen an.

Wofür stehen deine Marke, deine Fotografie und deine Persönlichkeit? Was sind die Werte, Eigenschaften und Erwartungen, welche mit deiner Marke, deiner Fotografie und deiner Persönlichkeit verbunden werden?

Hierfür ist es sehr wichtig, dass du genau erkannt hast, was deine Ware (du selbst) an Wert besitzt.

In der Regel musst du sich selbst vermarkten. Dies können deine Produkte, deine Dienstleistungen oder Ideen sein, welche du für Geld auf dem Markt anbietest. Hierfür benötigst du allerdings eine Strategie. Nur eine Marketingstrategie, kann dir dabei helfen, letztlich auch den Kunden zu erreichen, welchen du dir wünschst. Es bedeutet nicht unmittelbar, dass du damit deine Persönlichkeit, deine Ideologie, deine Gedanken und Überzeugungen verkaufst.

Branding

Wenn wir „Branding“ direkt Übersetzten, ist es eine „Brandmarke“. Diese wurde in der Vergangenheit mit einem glühenden Eisen auf das Hinterteil eines Pferdes aufgebracht, damit jeder den Besitzer des Pferdes ermitteln konnte.

Wenn wir heute an Branding denken, verbinden wir es mit dem Logo eines Unternehmens.

- Die Krone bei Rolex
- Ein angebissener Apfel bei Apple
- Der Stern bei Mercedes

Ich persönlich, bin nicht davon überzeugt, dass Fotografen ein Logo benötigen.

Normalerweise werden die Werke eines Fotografen (z.B. in der Hochzeitsfotografie oder in der Produktfotografie) ohne Logo ausgeliefert. Hinzukommt: Gute Logos sind teuer und sie schützen nicht, wie oft behauptet gegen Diebstahl. Sie werden weggewaschen und das war dann.

Ein großer Konzern, wird sich aus rechtlichen Gründen, deshalb auch nicht ausgerechnet deine Fotografien „klauen“, um Geld zu sparen für ihre globale Werbung. Da ihre Rechtsabteilungen die Strafen für solche Taten kennen. Aus diesem Grund werden sie immer einen professionellen Fotografen beauftragen, der zu 100% die Bilder liefert, welche sie in Auftrag geben und sicher gehen, dass wirklich alles vertraglich geregelt ist.

Das einfachste und sinnvollste „Branding“, für dich als Fotograf, ist dein Vor- und Nachname plus Fotografie oder Foto.

So kannst du deine Marke nämlich genau auf deine Persönlichkeit abstimmen und hast absolut freie Hand.

Zu beachten ist:

- Vermeide Dinge zu machen die alle machen!
- Versuche nicht in die gut, billig und schnell Schiene zu springen, dies machen wirklich alle.

Sei anders, sei teuer, einzigartig und gewissenhaft. In beiden Fällen verdienst du wenig, aber nur eine der beiden Schienen macht durchgehend Spaß.

Selbstmarketing ist nichts Böses!

Es herrscht die seltsame Vorstellung, dass Selbstmarketing etwas Anrüchiges sei.

Es sei schlecht, für sich und seine Werte zu werben. Selbstmarketing ist weder schlecht, noch ist es geschmacklos oder „böse“.

Oft und gerne wirst du in Momenten der Selbstvermarktung von selbsternannten Antikapitalisten, Foto-Fürsten oder „Ordnungshüter für gute Fotografie“ angegriffen. Es folgt ein sehr wichtiger Tipp:

Ignoriere diese Spinner.

Sie greifen dich an, damit du ihr Konsumverhalten unterstützt, damit sie sich selbst ein neues Smartphone kaufen können, um anschließend bei einem Kaffee-To-Go (für 1 Euro), einen Post bei Facebook zu teilen, um gegen die Ausbeutung von kolumbianischen Kaffeebauern zu protestieren. Ganz nebenbei organisieren sie sich das nächste „Tinderdate“ und ärgern sich, über ihre kaputte Klimaanlage im völlig übertriebenen Auto.

Aber, eine Fotografie oder dessen Fotograf, darf unter keinen Umständen einen einzigen Euro kosten, weil es den Kapitalismus fördert und den armen, armen Kunden ausbeutet. Erst recht ist es sehr schändlich und zu vermeiden, überhaupt Preise für etwas zu bezahlen, von denen ein anständiges Leben möglich wäre.

Der Kunde ist doch nicht für die Ausbeutung, die Umwelt und soweit nicht zuständig. Er möchte einfach nur gedankenlos konsumieren.

Erfreue dich, wenn du offen und ehrlich angegriffen wirst.

DU bist dann im Gespräch und kein anderer! Du machst nämlich etwas anders, als alle anderen.

Im Übrigen ist es sehr viel leichter Menschen zu finden, welche einen ablehnen, als Menschen, die einen ehrlich unterstützen. Das Beste was du machen kannst ist es folgenden Menschen aus dem Weg zu gehen:

- Nihilisten
- Misanthropen
- Pfeifen
- Fachidioten

All diese Menschen können dir nicht wirklich weiterhelfen.

Einer der wichtigsten Tipps als Unternehmer ist: „Höre niemals auf andere!“

Merke dir:

Sämtliche Ratschläge, welche du ungefragt, von anderen erhältst, sind nicht frei von Eigeninteressen.

Der Foto-Markt ist so dicht, dass es leicht dazu kommt, dass man dir deine Butter auf dem Brot nicht gönnen wird.

Bist du tatsächlich so wahnsinnig und hörst auf die Ratschläge anderer und es geht schief, hättest du zwar einen Schuldigen, aber es wird wie ein Bumerang zurückkommen, denn DU hast diesen einen Fehler gemacht und auf einen Trottel gehört. Es wird ihm zwar leidtun, dies wird dir nicht weiterhelfen.

Am Beginn der Selbstvermarktung

Anfangs wird man dir die Idee des Unternehmertums, die Selbständigkeit, die eigene Verantwortung, das Streben von einem Auskommen mit der Fotografie vehement und mit allen Mitteln ausreden. Da taucht niemand auf, der dir weiterhilft wird oder mit dir zusammen Probleme lösen wird. Es wird immer wieder abgewälzt mit dem Satz: „Du willst es, ich nicht!“.

Sobald sich auch nur ein wenig Erfolg einstellt, dann fühlt sich dein Umfeld schnell sehr klein und wird richtig ungemütlich. Denn sie wünschen es nicht, sich kleiner und erfolgloser als du selbst zu fühlen. Anstatt dir zu helfen, werden sie noch mehr versuchen, um dir jeglichen Spaß, jegliche Energie, jeglichen Drive und jeglichen Erfolg klein zu reden, wie es nur irgendwie möglich ist.

Mein dringender Tipp: **Trenne dich von diesen Menschen!**

Hinterlasse keine bösen Worte, sei nicht ungehalten. Bleibe freundlich und wohlgesonnen. Dein Weg ist ein anderer. Du wirst beim umdrehen und fortgehen hören, was sie wirklich von dir halten.

Wenn du selbstständig sein möchtest bedeutet es auch, dass du es ständig selbst machst.

Glaub mir, es wird völlig egal sein, wie sehr du es auch versuchst, dritten wird es niemals reichen!

Deshalb ist das Branding für dich sehr wichtig.

Damit setzt du wirklich wichtige Eckpfeiler für deine Grenzen. Jeder weiß wofür du stehst, jeder weiß wo du stehst und wirklich jeder weiß, was du nicht gratis mit machen wirst.

Wenn du dich strickt an die ersten Tipps hältst, verbinden die ersten Menschen eine gewisse Zielstrebigkeit, Unnachgiebigkeit und Fokussierung mit deinem Branding.

Hier ein paar Ratschläge:

- Beginne mit einem Blog, welche über das bloße zeigen von Fotos mit dem Hashtag "#eswarsehrschön" hinaus geht.
- Eigne dir Fachkenntnisse an.
Nein, es reicht kein Besuch an der YouTube-Universität. Erlerne als erstes, wie eine Fotografie mit einer fachlich richtigen Kritik versorgt wird. Wer damit Probleme hat, kann sich fehlendes Wissen aus Schulbüchern holen.
- Zensiere dich nicht!
Es ist normal, dass es Menschen gibt, welche dich nicht mögen. Du bist nicht verpflichtet mit jedem „Hans und Franz“ auszukommen.
- Ignoriere jeglichen komplett Baukästen für Erfolg!
Teile davon mögen für dich passen und umsetzbar sein.
- Ignoriere Ansicht, Meinungen, Statistiken, Anhängerzahlen auf Facebook und Instagram!
Es ist wirklich alles manipulierbar, es ist nicht unwahrscheinlich, dass es sogar so

ist. Außerdem geben die Daten allein Aufschluss, über die Vergangenheit. Der Blick in die Zukunft ist nur einer zertifizierten Hellseherin mit Glaskugel erlaubt!

- Ignoriere alle Fotografen, welche sich in offenen Konkurrenzkampf zu dir begeben!
Suche dir Fotografen, welche mit dir zusammen diesen Drachen reiten!
- Verwechsle „Erfolg“ nicht mit Geld verdienen! Erfolg zu haben ist wesentlich einfacher und hängt nicht mit Einkommen zusammen.
- Sei kritisch, wenn andere dir etwas von Erfolg erzählen!
Erst recht, wenn es nicht deiner Meinung von Erfolg entspricht.
- Lasse dich nicht Unterdrucksetzen oder Erpressen!
Lasse dir nichts versprechen. Keiner der Versprechen wird je eingelöst oder führt zum Erfolg.
- Ziehe deine eigenen Ideen durch, gegen jeglichen Widerstand!
Gehe Wege, welche dir keiner zu traut oder darüber nachdenkt. Mache das Undenkbare möglich und das Unmögliche geschehen.

Du hast zwei Möglichkeiten des Wachstums

Entweder du setzt auf den schnellen Erfolg und schnelles Wachstum. Dies ist mit großem Abstand der beliebteste Weg.

Nachteil: Schneller Aufstieg bedeutet, schnellen Konsum und schnelle Langeweile. So schnell, wie die nach oben gekommen bist, fällst du auch.

Du setzt auf langsamen Erfolg und langsames Wachstum. Gib dir Zeit, dich zu entwickeln. Du lernst aus Fehlern, arbeitest hart daran, um diese in Zukunft zu vermeiden. Du sorgst für ein großes und festes Fundament, welches auf echtem Wissen und echte Erfahrung beruht und nicht aus Meinungsfezten von anderen Menschen.

Es geht in der Fotografie nicht nur um „die schnöde schöne Welt Fotografie“.

Als digitaler Fotograf in der digitalisierten Gesellschaft, musst du besser, vorbildlicher, härter und kompetenter sein als der schnöde „Hab mich alle Lieb“-Fotograf.

Vermeide triviales, langweiliges oder unwesentliches.

Sei mutig, sei hart und Zweifel die Kritiker in ihren Kompetenzen an, sei nicht sanftmütig, wenn dir der Pöbel deinen Platz streitig machen möchte.

Liebe Grüße euer Herr Rausch